

日本電気

AI(人工知能)時代の到来により、小売業の価格戦略は経験則からデータ主導へと大きく転換し始めている。しかし、すべてを自動化するのではなく、人とAIが役割を分担することが現実的な競争力強化につながる。NECは小売データを活かし、カテゴリの売り上げと利益の拡大を目指す価格最適化を提案している。

III NEC III

AIと人が支える小売価格最適化で カテゴリの売り上げと利益の拡大を目指す

単品ごとの最適化ではなく
カテゴリ全体で設計する

原材料価格や物流コストの上昇を背景に、小売業を取り巻く環境は大きく変化している。値上げは一時的な対応ではなく常態化しつつある一方で、消費者の価格感度は高まっており、安易な値上げは売り上げ減少につながりかねない。売り上げを落とさずに価格を引き上げたいという経営の要請と、属人化や人材不足に悩む現場の実情をどう両立させるか。こうした課題への対応策として、AI(人工知能)を活用した小売業における価格最適化への関心が高まっている。

小売業の価格設定には構造的な課題がある。熟練バイヤーの経験や勘に依存しがちで、担当者によって判断がばらつくうえ商品点数が多いため、すべての価格をきめ細かく見直すことも難しい。その結果、前年踏

襲や一律値上げといった対応に陥りやすく本来得られるはずの収益機会を逃してしまうケースも少なくない。

そこでNECは、需要予測モデルとAIを活用した独自の価格算出の仕組みを組み合わせて、「人が理解し、判断できる」小売価格最適化を提案している。特徴は、判断のすべてをAIに委ねない点だ。スマートリテール統括部の高橋彩香氏は「一般的なAIソリューションは結果だけが示され、なぜその価格になるかがわかりにくいブラックボックスになりがちです。当社は、背後の考え方や仕組みを人が理解できるかたちで設計しています」と語る。

人手では工数が大きくなりがちな分析や判断ポイントの整理をAIが担い、最終的な意思決定は人が行う。業務をAIに置き換えるのではなく、人とAIが役割を分担することで、継続的に運用しやすい小売価格最適化の仕組みを実現している。



左・日本電気
スマートリテール統括部
プロフェッショナル
川窪 智壽氏

右・日本電気
スマートリテール統括部
主任
高橋 彩香氏

分析のベースとなるのは過去の販売実績データだ。これに原価や仕入れ情報、店舗の立地や地域特性といったデータを組み合わせ、消費者の価格反応度を分析する。地域ごとの特性を踏まえ、店舗をグルーピングして分析することも可能だ。こうして構築した需要予測モデルをもとに、将来を見据えた価格設定につなげる。

また、単品ごとの最適化ではなく、カテゴリ全体を俯瞰した設計を採用している点も注目したい。商品間の価格調整を通じて、カテゴリ全体としての売り上げや利益の最適化を図る「全体最適」の考え方は、同社の小売価格最適化ソリューションの大きな強みの一つだ。

同社は、国内小売企業との実証実験(POC)を通じて小売価格最適化ソリューションの有効性を検証してきた。スマートリテール統括部の川窪智壽氏は「米国の調査では、小売価格最適化ソリューションの導入によって売り上げが3%、粗利が6%増えたという結果が出ています。国内のPOCにおいても、売り上げや粗利は事前に想定していたレンジから大きく乖離することなく改善が確認されています」と明かす。

価格判断の根拠を可視化し 一貫性ある価格を提示

NECの小売価格最適化ソリューションは価格と販売数量の関係性を必要曲線として可視化し、そこから売り上げが最大化される価格帯と、粗利が最大化される価格帯を導き出す。

小売価格最適化の全体イメージ



高橋氏は「AIが最適解を提示するのではなく売り上げ最大点と粗利最大点の間を企業の判断で選択できます。例えば、シェア維持を優先したい局面では売り上げ寄りに、原材料高や物流費上昇が続く局面では粗利寄りに調整する。この柔軟性が、売り上げと利益の両立を支えます」と説明する。

小売価格最適化ソリューションの導入初期には、一定の習熟期間がかかることが想定される。従来、熟練バイヤーの経験や勘に依存してきた価格付け業務を、データとモデルを前提としたプロセスに移行するには、現場が使いこなすまでの理解や慣れが必要になるためだ。

一方で、中長期的な視点に立つと、導入意義は明確になる。人手不足が深刻化するなか、熟練者の判断やノウハウをどのように継承していくかは、多くの小売企業に共通する課題だ。需要予測モデルとAIを活用したデータドリブンな価格付けにより、価格判断の根拠が可視化され、一貫性のある価格提示が可能となる。これにより、価格付け業務の単純化や標準化が進み、予測精度の向上も期

待できる。「結果として、特定の担当者に依存しない運用が実現し、人が減っていく環境下でも無理なく回せる仕組みとして現場に定着しやすくなります。小売価格最適化ソリューションは単なるツール導入にとどまらず、業務そのものを見直すきっかけになり得るでしょう(川窪氏)」

現在、同ソリューションの主な対象は定番商品の通常価格だが、将来的には、販促時の特売価格や売り切り局面での値下げ価格など、商品のライフサイクル全体における価格付けへと適用範囲を広げていく方針だ。さらに、棚割や品揃え、在庫管理といった他業務と連動させることで、より高度な意思決定支援へと発展していく可能性もあるという。

近年、価格は単なる調整項目ではなく、収益改善を左右する重要な要素となりつつある。AIを活用した小売価格最適化は、価格を「守り」ではなく「攻め」の武器として使いこなすための基盤だ。現場の判断力を高めながら、持続的な収益力の強化につなげていく。その実践が、いま小売業に求められている。

Company Data

日本電気株式会社

〒105-8540 東京都港区芝三丁目23-1 セレスティン芝三井ビルディング

https://jpn.nec.com/

https://jpn.nec.com/price-optimization/



Orchestrating a brighter world